

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Nº 33 - Revista de información multisectorial para la industria con novedades en maquinaria, logística, tecnología y servicios.

LAS CLAVES PARA EL FUTURO

Necesitamos una legislación adecuada a nuestra actividad

Juan de Dios Alfocea, presidente del Grupo CID

En transport logistic está representada toda la cadena de creación de valor del sector logístico

Eugen Egetenmeir, miembro de la junta directiva de Messe München

El éxito de los miniportátiles...

El futuro en el IX Encuentro del Club Logístico...

y mucho más...



Cuestión de logística

Schenker España, S.A.
Avda. Fuentemar, 7
28820 Coslada (Madrid)
Tel.: +34 91 660 54 00
Fax: +34 91 673 31 13
central.spain@schenker.com
www.schenker.es

Día a día DB Schenker garantiza que todos sus envíos lleguen al destino que les corresponde.
Como uno de los primeros proveedores de logística integral en el mundo, nuestros 88.000 empleados se encargan de agrupar, procesar, embalar, realizar las gestiones aduaneras y transportar las mercancías al lugar preciso en el tiempo preciso.
Esto es logística. Es nuestro negocio.

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Río revuelto...



Dice el refrán que las ganancias de los pescadores vienen con las aguas turbulentas, rápidas o arremolinadas. El caso es que estamos leyendo noticias sorprendentes sobre los beneficios bancarios en plena crisis financiera, planes gubernamentales que prometen todo a partir del 2010, como si no existiera el segundo semestre del 2009, y airadas amenazas de conflicto social por parte de los principales movimientos sindicales. Lo que debe también observarse es que las posturas que defienden estos agentes son duraderas en tanto que su defensa justifica su trabajo, mientras que a la mayor parte de las familias españolas les falta oxigeno.

Temen todos este segundo semestre, cuya conflictividad se prevé inmediatamente después de las vacaciones. No hay que alarmarse, es un juego de estrategia de las partes interesadas. El objetivo, el abaratamiento del despido y la reducción de derechos de los trabajadores, por un lado, y la demostración de la fuerza y unidad en la defensa de los derechos adquiridos legítimamente por los trabajadores. La fórmula actual de la economía da sus últimos coletazos con esta idea fija para justificarse, con seguridad, ante sus defensores.

La realidad parece que es la entrada de otro modelo de capitalismo más social, más ecológico y más responsable o, al menos, eso pensamos. Pero todo eso requiere una reflexión: necesitamos educación para el consumo razonable y ayuda directa para la economía familiar y fomentar la solidaridad bien entendida. Si no, será más de lo mismo.

Lino Hernández Rué
Lic. Periodismo UAB

Arriba

El verano que se acerca y que promete aligerar en algo los efectos de la crisis gracias al sector turístico.

El nuevo modelo de capitalismo social y responsable que se está promoviendo.

La juventud, que siendo victima de todas las críticas y teniendo un futuro lleno de incógnitas tiene aún ganas de luchar.

Abajo

Cargar toda la responsabilidad para aliviar la crisis al sector turístico. No es inteligente. Hay otros sectores que pueden tirar.

El parón psicológico que se suma a la astenia primaveral. Hay que seguir trabando con la convicción de que esta crisis pasará.

La financiación que sigue sin llegar a las empresas.



"Necesitamos una legislación adecuada a nuestra actividad"

Juan de Dios Alfocea, presidente del Grupo CID

¿Cómo describe el sector de viviendas modulares de madera?

Esta actividad es aún muy joven en España. Sin lugar a dudas ha evolucionado bastante, aunque desgraciadamente sólo a título individual de numerosas pequeñas empresas, y casi nada a nivel colectivo, que es realmente como habríamos logrado dar pasos importantes como sector.

Aprovechando esta ralentización, son muchas las empresas "oportunistas" que se han introducido puntual u ocasionalmente en el mercado, causando un daño terrible a la imagen de este producto, ya que han dejado por el camino problemas de tipo técnico y económico, y cierto desencanto en clientes que estaban ilusionados con la idea de vivir en una casa de madera.

En los últimos diez años, se han construido y fabricado magníficas viviendas de madera en España, pero también muchas casas de pésima calidad, que han dejado 'tierra quemada' a quienes nos dedicamos a esta actividad en cuerpo y alma.

¿Ha paliado esta tendencia en alguna medida la creación de la Asociación de Fabricantes y Constructores de Casas de Madera de España (AFCCM)?

La Asociación ha servido para alcanzar muchos objetivos como la promoción de la construcción con madera, notoriedad o representatividad ante instituciones y organismos oficiales. Incluso hemos resuelto juntos graves problemas que teníamos sobre la mesa, como eximir del seguro decenal a la autopromoción y otras trabas sobre aseguramiento, financiación o hipoteca para esta tipología de viviendas. Pero no hemos sido capaces de localizar y erradicar la competencia desleal. Ahora esperamos que la rigurosa aplicación del Código Técnico de la Edificación (CTE) sitúe en este sector una barrera frente a quienes incumplen unos mínimos de calidad.

¿Hasta dónde llega el listón para determinar si una casa de madera tiene una calidad suficiente?

Exactamente al mismo sitio que debe llegar cualquier tipo de vivienda: debe cumplir el CTE y las normas subsidiarias del municipio donde vaya a ser construida o instalada. El CTE no es del todo coherente, pero al menos es una referencia igual para todos y nos ha estimulado para mejorar.



¿Cree Vd. que su sector ha sido marginado durante los años gloriosos de la construcción?

Quienes fabricamos o construimos casas de madera no hemos tenido ni tenemos ninguna clase de apoyo de la Administración; más bien recibimos obstáculos e indiferencia por su parte. Hemos tenido que superar las adversidades con nuestro trabajo y esfuerzo, y siempre nos han cerrado la puerta cuando hemos acudido a pedir ayuda. Pero aquí estamos, la mayoría de los que iniciamos esta andadura. Lo malo es que hemos llegado, en general, poco capitalizados al ojo de este formidable huracán que es la crisis actual.

¿La dura crisis en los sectores inmobiliario y de construcción es una oportunidad para la vivienda modular y prefabricada?

Ciertamente se dice que las crisis para unos son oportunidades para otros. Yo pienso que no son los sectores los que crecen o fracasan, sino las empresas. Por ejemplo, el sector del calzado está viviendo en los últimos años una crisis feroz, está prácticamente hundido, pero aquí están algunas de las firmas líderes a nivel mundial. La clave para triunfar está en las personas, en los principios, el buen hacer y, cómo no, también en tener un poco de suerte.

GRUPOCID SOLUCIONES PARA VIVIR

mercadoindustrial.biz punto de encuentro de la industria



¿Qué necesita este sector con urgencia para ir resolviendo sus problemas más acuciantes?

Necesitamos una legislación adecuada a nuestra actividad. A un fabricante de motos no se le puede aplicar la normativa de los coches. Nuestro sector requiere una regulación apropiada: si el Gobierno no tiene capacidad para hacerlo, deberían dejarlo en manos de técnicos y profesionales.

A los fabricantes de casas de madera se nos mide con el rasero de la construcción; para reparar este sinsentido bastaría con aplicar la lógica. La única explicación posible es que se ha intentado que este sector no salga adelante. Los industriales, solos, ya no podemos hacer mucho más.

¿Cuál es el perfil de empresa tipo en el sector de la fabricación y construcción de casas de madera?

En España todos somos empresas pequeñas o medianas. La mayoría, empresas familiares. Pero sólo este tipo de empresa es capaz de perseverar en esta clase de proyectos, a pesar de tantas adversidades. Algunos hemos salido adelante; una gran sociedad anónima ya habría tirado la toalla. De hecho, grandes iniciativas llevadas a cabo en España no han dado resultado.

Nos falta mucho recorrido para alcanzar una tradición en construcción con madera, aunque debo decir que hemos adquirido niveles técnicos y profesionales que prometen un futuro esperanzador.

¿Qué nota pondría a Prefabricados El Cid en el panorama que me ha dibujado del sector?

Hemos avanzado todo lo que hemos podido, porque tenemos una vocación de mejora continua. Tratamos siempre de perfeccionar nuestro sistema constructivo, hacemos un esfuerzo ingente y sincero por preservar el medio ambiente y, especialmente, quisiera destacar el gran trabajo que esta empresa ha llevado a cabo para desarrollar el diseño en sus viviendas, acorde a los tiempos vigentes y venideros. Nos sentimos felices de ver adonde hemos llegado, pero no nos conformamos. Queremos seguir avanzando.



Juan de Dios Alfocea es un empresario hecho a sí mismo, con treinta años de experiencia en la fabricación de viviendas modulares y profundo conocedor de la empresa familiar y del sector español de las casas de madera.

www.prefabricadoselcid.com



"En transport logistic está representada toda la cadena de creación de valor del sector logístico"

Eugen Egetenmeir, miembro de la junta directiva de Messe München

¿Cómo explica el crecimiento de esta nueva edición de transport logistic?

Efectivamente, este año hemos ampliado con un pabellón más la superficie de exposición en 10.000 metros cuadrados y hemos superado la cifra de expositores de 2007 con más de 1.600 expositores inscritos a fecha de hoy. Estas cifras ponen de relieve que precisamente ahora, en tiempos de crisis, las empresas vigilan mucho los costes y sólo invierten en aquellos instrumentos de marketing que consideran más eficaces. La feria transport logistic es la más grande del mundo en su clase y, por tanto, continúa siendo una cita obligada para muchos agentes del sector. Todo aquel que en 2009 quiera una parte del pastel no puede faltar a la cita de mayo en Múnich.

¿Qué efectos ha tenido la crisis mundial en el sector y qué oportunidades ve en el panorama actual?

La crisis económica mundial ha provocado naturalmente un descenso del transporte de mercancías en todo el mundo. Ello ha afectado negativamente a nuestros clientes, y algunos han decidido no participar en la feria. Muchos otros, sin embargo, han buscado soluciones creativas para reducir costes y han decidido participar en el certamen al lado de otras empresas o entidades. Así, la edición de este año de transport logistic cuenta con un gran número de stands colectivos. Países, regiones y también estados federados, en el caso de Alemania, unificarán sinergias para presentarse de forma conjunta en stands colectivos más grandes y, por tanto, más representativos. Esto tiene naturalmente claras ventajas para los visitantes, que podrán orientarse más fácilmente y encontrar la oferta que les interesa de forma más concentrada en una feria que este año cuenta por primera vez con ocho pabellones.

¿Cuál es la principal clave del éxito de transport logistic?

En transport logistic está representada toda la cadena de creación de valor del sector logístico: desde el almacenamiento, los servicios y los sistemas de movimiento de mercancías hasta las soluciones informáticas y telemáticas, pasando por el transporte interno de la empresa y el flujo de materiales. transport logistic es el punto de encuentro por excelencia del sector y la plataforma de negocios y contactos entre industria, comercio, transporte y logística más grande del mundo en su clase. Nuestro lema "connecting business" refleja muy bien este concepto ferial.

El programa de conferencias es otro de los valores añadidos que ofrece el certamen. Desarrollado en colaboración con numerosas entidades especializadas, las ponencias están pensadas para proporcionar al sector nuevas ideas e impulsos acordes con la situación actual del mercado. Este año, en particular, esperamos poder ofrecer a los asistentes estrategias eficaces para hacer frente a la crisis.

¿Cuántos visitantes prevén que acudan al próximo certamen y desde qué países lo harán?

Anticipar ahora cifras de visitantes para la próxima edición sería especular. En el año 2007 recibimos la visita de 47.636 profesionales procedentes de 118 países. Preferimos no realizar pronósticos inciertos dos meses antes del certamen, sino proporcionar cifras reales el último día de feria.

¿Qué temas y tendencias del sector podrán verse principalmente en transport logistic 2009?

Las estrategias para hacer frente a la crisis ocuparán, sin lugar a dudas, un lugar destacado. El certamen abre sus puertas el 12 de mayo con un debate de alto nivel que lleva por título "Pautas de orientación en un entorno incierto:¿Hacia dónde se dirige el sector logístico internacional?"



"La imparable globalización de los mercados plantea constantemente fuertes retos a la industria logística y exige soluciones tecnológicas inteligentes e innovadoras"





Participarán en el debate el Ministro de transportes alemán, Sr. Wolfgang Tiefensee, el director general de la compañía ferroviaria alemana Deutsche Bahn, Sr. Hartmut Mehdorn, el presidente de Kühne + Nagel, Sr. Klaus-Michael Kühne, la presidenta de Panalpina, Sra. Monika Ribar, el presidente de la asociación alemana para el sector logístico Bundesvereinigung Logistik, Sr. Raimund Klinkner, y el Director General para Energía y Transportes de la Comisión Europea Sr. Matthias Ruete.

La imparable globalización de los mercados plantea constantemente fuertes retos a la industria logística y exige soluciones tecnológicas inteligentes e innovadoras, como en su momento lo fueron los sistemas RFID. El sistema Galileo, que está previsto entre en funcionamiento en 2013, abre en este sentido nuevas posibilidades para el sector logístico. El incremento constante de los precios de la energía obligan por otra parte a profundas reflexiones. Muy pronto ya no será factible transportar todo tipo de bienes de consumo por todo el planeta a precios asequibles, por lo que el valor del transporte se incrementará y el peso de la "logística verde" será cada vez más significativo, al igual que la subcontratación de servicios logísticos. El segmento del outsourcing logístico es hoy en día el que presenta un mayor potencial de crecimiento.

Tanto la exposición ferial como el programa de conferencias de transport logistic 2009 tendrán mucho que decir sobre estos temas decisivos. Además, realizaremos una serie de monográficos sobre mercados de alto crecimiento como Turquía, Croacia y Brasil y sobre las rutas comerciales de Rusia, Asia Central, Oriente Medio y el Suroeste Asiático en un especial dedicado a Eurasia. Numerosas empresas de estas regiones se presentarán de forma colectiva en una sección especial.

www.transportlogistic.de

Las claves del éxito de los miniportátiles

Según se desprende de un estudio europeo encargado por Toshiba a United Research, el 98% de los europeos que han comprado un miniportátil dispone ya de un PC de sobremesa o de un ordenador portátil totalmente equipado. Así se desprende del estudio realizado por United Research a nivel europeo (Francia, Reino Unido, Alemania, Polonia y España), entre compradores de estos dispositivos y personas que lo adquirirán en los próximos seis meses. Esto significa que la mayoría de los usuarios del miniportátil lo usa como un dispositivo móvil secundario.

Al mismo tiempo, más del 81% de los encuestados señala como principal criterio de compra la portabilidad, el tamaño y el peso. Menos del 10% señala el precio como su primer criterio de decisión a la hora de comprar uno de estos dispositivos. En España este criterio solo es el primero en el 3,8% de los casos, uno de los porcentajes más bajos junto con Reinio Unido (3,7%) y muy lejos de Polonia (28,6%).



Para Alberto Ruano, director general de Toshiba en España, "los datos de este estudio avalan algunas cosas que venimos defendiendo desde su lanzamiento. En primer lugar que son dispositivos diseñados para ser usados como segundo o tercer dispositivo y son dispositivos móviles pensados principalmente para navegar y como solución de correo electrónico".

Por otro lado, 3 de cada 4 europeos dice que su miniportátil se dedica a un uso principalmente personal. En España, este porcentaje es del 76%. Así, el retrato robot que los usuarios indica que utilizan este tipo de ordenador como dispositivo móvil personal para aplicaciones básicas.

El 84,6% de las compradores o potenciales compradores quieren este dispositivo para mandar correos electrónicos y el 80,2% para navegar por Internet. Los europeos también señalan como aplicaciones favoritas tareas básicas como escribir (61,2%); ver fotos (48,9%), escuchar música (48,9%), y ver videos.

En cuanto a los entornos de uso, más de la mitad de los encuestados señala que lo hacen principalmente en el ámbito doméstico, otro 46% señala que lo utilizan también en el privado y profesional. Sólo un 3,4% señala que el principal uso de estos dispositivos sería profesional y para trabajo.

www.toshiba.es



Alberto Ruano, director general de Toshiba en España

Lugares de compra, tecnologías de conexión y sistemas operativos

EL 42,2% compra sus miniportátiles en un establecimiento especializado, un 26% a través de tiendas online y el 7% en un supermercado o gran superficie. En España el 62% lo han comprado en tiendas de informática, siendo el país donde más gente compra en estos establecimientos. También es alto el porcentaje de personas que adquiere estos dispositivos en un supermercado o gran superficie (14,2%).

Teniendo en cuenta los usos que le dan los usuarios a sus portátiles, cobra especial importancia las tecnologías de conexión. El 58% usan la tecnología inalámbrica, mientras que el 38,1% usan redes móviles. Esto significa que casi nadie (un 4%) accede a Internet a través de cable mediante una red de area local.

El 89,1% de los europeos quieren o eligieron un sistema operativo XP. Solo un 9,2% prefieren Linux. En España, el porcentaje de personas que prefiere Linux es superior, concretamente el 11,6%

Desconocimiento no lleva a insatisfacción

De todas maneras, los datos del estudio revelan un amplio desconocimiento sobre las características de estos aparatos. Ante la pregunta sobre las diferencias entre los miniportátiles y los portátiles, la mayoría señala las más obvias: tamaño y peso. Más allá de éstas, los consumidores no tienen muy claras otras diferencias. Muy pocos reflejan el hecho de que son equipos que ofrecen menor rendimiento o limitaciones en el uso. El 11,2% dice no saber o no ver diferencias. En Polonia un cuarto de los encuestados declaran no conocer estas diferencias.

Aún así, ese desconocimiento no se refleja en la satisfacción de los consumidores. Sólo un pequeño porcentaje, (menos del 3%) considera que su miniportátil no cumple sus expectativas. Estos están decepcionados con sus escasas características y su menor potencia.

Como norma general, el estudio revela que los consumidores tienen dificultades para definir las características de los miniportátiles, pero que para la gran mayoría estos aparecen como un dispositivo ideal para completar su equipamiento digital e informático móvil.



Hannover Messe tomó el pulso a la industria

La edición de Hannover Messe 2009 ha conseguido sentar un precedente en cuanto a la firmeza de la industria en plena crisis económica. Unos 210.000 visitantes han acudido a este gran evento internacional, de los cuales uno de cada cuatro procedía del extranjero. Aproximadamente un 70 por ciento procedía de otros países europeos, un 19 por ciento de Asia y un 7 por ciento de América. Los países con mayor representación entre los visitantes han sido los Países Bajos, Austria, Bélgica, India, Dinamarca e Italia.

Las asociaciones centrales sectoriales realizaron asimismo un balance positivo: "*En Hannóver se respira un ambiente generalmente positivo entre los fabricantes alemanes de maquinaria e instalaciones, a pesar de la difícil situación reinante en ámbitos parciales de la construcción mecánica*", informaba el Dr. Hannes Hesse, gerente de la Asociación Alemana de Fabricantes de Maquinaria e instalaciones (VDMA). *"Ha estado a la altura de su función como barómetro coyuntural.*" La Asociación Central de la Industria Electrotécnica y Electrónica (ZVEI) refleja asimismo esta imagen. "*El ambiente en la feria es considerablemente mejor que las cifras que presenta la industria electrotécnica*", constató Friedhelm Loh, presidente de ZVEI. "*Las charlas mantenidas por nuestros miembros aquí en Hannover Messe con clientes y otros interesados eran de una gran calidad. Por este motivo albergamos la fundada esperanza de que pronto se va a alcanzar el final de la recesión económica y en el segundo semestre de 2009 veremos los primeros indicadores de una recuperación.*"

En cuanto a las cifras de expositores, HANNOVER MESSE consolidó su posición como el evento tecnológico más importante del mundo: 6.150 expositores procedentes de 61 países presentaron sus productos en un área de exposición de 224.800 metros cuadrados. En la feria se presentaron más de 4.000 novedades mundiales, lo que constituye asimismo un valor puntero. Lo que llamó la atención fue el alto nivel de internacionalidad entre los expositores, pues casi la mitad procedía del extranjero, sobre todo de Italia, China, Corea del Sur, Turquía y la India.

13 ferias monográficas celebradas paralelamente constituyeron un muestra horizontal representativa de todo la industria, desde la automatización industrial, las técnicas motrices, pasando por la energía y la subcontratación hasta la investigación y el desarrollo.



La próxima edición de Hannover Messe será del 19 al 23 de abril de 2010.

www.hannovermesse.de

"Las claves para el futuro se mostraron en el IX Encuentro del Club Logístico"

En la novena edición de este importante evento se hizo hincapié en la necesidad de implantar un nuevo orden en la cadena de suministro, donde prime la responsabilidad empresarial de todos los actores, la colaboración entre los mismos y una mayor transparencia.

Gonzalo Sanz, presidente de Lógica, patronal de los operadores logísticos señaló esta línea: *"se necesita una nueva conducta responsable y sostenible que se gestione mediante un nuevo paradigma fundamentado en la cooperación y la competencia leal"*. También manifestó que nos encontramos ante un momento decisivo debido a la situación económica de los mercados, donde son imprescindibles los cambios. *"Es el tiempo de quitarse las máscaras y de volver a los principios empresariales más elementales, en donde el largo plazo se premia y la especulación se castiga, en donde la competencia es leal, y la corrupción no tiene cabida"*. Asimismo, el presidente de la patronal logística consideró necesario *"un orden donde se busque la seguridad en el empleo, en el que la innovación sea una tarea común de todos los intervinientes y motor de la competitividad y de la eficiencia"*.

Además, el presidente de Lógica, destacó que la propuesta de esta organización de abogar por un cambio organizativo está basada en desarrollar conjuntamente *"una declaración de responsabilidad empresarial del sistema de transporte y logística español, donde se garanticen los derechos económicos y sociales, especialmente de trabajo, de todos los participantes en el mismo"*. Esta declaración debe incluir nueve puntos fundamentales: el medioambiente, las prácticas laborales, el gobierno corporativo, la innovación colaborativa, la pirámide de subcontratación, la transparencia en la contratación mercantil, las prácticas operativas justas, la colaboración entre las partes y el compromiso de vigilancia.

"Esta declaración -según manifestó Gonzalo Sanz-, *una vez aprobada dará paso a un Observatorio de Responsabilidad Empresarial y Buenas Prácticas, que formado por todos los firmantes, se encargará de vigilar el funcionamiento de la misma, y a través de una hoja de ruta invitamos a las organizaciones que se unan a esta iniciativa"*.



Gonzalo Sanz, presidente de Lógica



El evento contó en esta ocasión con una ponencia única que daba título al encuentro 'El capitalismo que viene: Un nuevo orden en la cadena de suministro', desarrollada por Aldo Olcese Santonja, presidente de la Sección de Ciencias Empresariales y Financieras de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. En la misma, Olcese apostó por la creación de un capitalismo *"más humanista"* pero igual de eficiente, *"impulsado por nuevos dirigentes y donde prime la ética, la transparencia y el buen gobierno societario"*. Este nuevo marco también debería establecerse en un sector como el logístico *"desestructurado, de innumerables irregularidades, con falta de competitividad, y una profunda deslealtad"*.

Para avanzar hacia este nuevo modelo de mercado, Aldo Olcese, desarrolló diez dimensiones que permitan *"avanzar hacia un nuevo paradigma de gestión respetable y sostenible"*, como son: protección medioambiental, acción social, relaciones laborales responsables, lucha contra la corrupción, las relacio-

nes responsables con los medios de comunicación, competencia leal, mecenazgo, innovación tecnológica, buen gobierno corporativo y transparencia.

Tras la ponencia magistral se abrió una animada mesa redonda en la que se debatió sobre el modelo actual de mercado y la necesidad de emprender nuevas reformas en el mismo. En la misma coincidieron las opiniones en torno a la importancia de mantener un diálogo fluido entre empresarios y sindicatos que permitan avanzar en la resolución de los problemas del actual capitalismo, así como del conjunto de la cadena de suministro.



Olcese Santonja, presidente de la Sección de Ciencias Empresariales y Financieras de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras.

Marcos Montero, el presidente de la CETM, destacó la importancia actual del transporte por carretera, *"que da empleo a más de medio millón de trabajadores y que está atravesando una gran crisis, con dificultades de supervivencia de muchas empresas".*

"En este sector –señaló el presidente de CETM– *no hemos sabido establecer un orden empresarial. Seguimos manteniendo los mismos problemas de atomización, crecimiento desordenado y competencia desleal, por lo que nos encontramos ante un modelo obsoleto que debemos cambiar. Se debe apostar por la productividad, la competitividad, la seguridad, la calidad y la colaboración entre las partes".* Para el transporte por carretera, finalizó Marcos Montero, *"es prioritario terminar con éxito el 2º Acuerdo General".*



Marcos Montero, el presidente de la CETM

Por su parte, Luis Marceñido, director general de FCC Logística, que acudió al acto también en calidad de representante de Lógica, destacó durante la mesa redonda la importancia que tiene *"el actual Código de Buenas Prácticas y el Sello de Calidad creados por la patronal de los operadores logísticos, que permi-*


Luis Marceñido, director general de FCC Logística

ten una mayor transparencia en la industria logística, y cada vez es más demandado por los clientes".

Además, señaló la necesidad de *"fomentar la competencia leal y el diálogo social basado en la productividad, la flexibilidad y la multifuncionalidad, que suponga la creación de empleo". "Debemos incidir también en la formación* - sostuvo Marceñido- *como uno de los ejes fundamentales en los que se sustente el sector, lograr una mayor representatividad, adecuada al peso que actualmente tiene este sector en el conjunto económico, y en cuanto a las relaciones con los proveedores deberíamos llegar a acuerdos, al igual que lo hacemos con los clientes, que supongan compartir riesgos y aportar mayores soluciones".*

En términos similares se expresó José María Bonmatí, director general de AECOC, al afirmar *"que se debe reinventar el sistema, aportando más valor añadido y prácticas colaborativas, donde debe fluir el intercambio de información y hacer más transparente el conjunto de la cadena".*


José María Bonmatí, director general de AECOC

Por lo que respecta a los representantes sindicales, Miguel Ángel Cilleros, secretario general de la Federación Estatal de Transportes, Comunicaciones y Mar de UGT, y Emilio Cobo, secretario de acción sindical de CC.OO. hicieron un llamamiento a que "no sea el trabajador quien pague las consecuencias de la actual crisis económica", y destacaron "*la importancia del diálogo y del desarrollo de un capitalismo decente, abierto a las nuevas realidades de la de la sociedad del siglo XXI, donde se proporcionen nuevas fórmulas".*

La clausura del acto corrió a cargo de Gerardo Díaz Ferrán, el presidente de la CEOE, quien entre otras cosas señaló que "*ante la actual situación de crisis económica, provocada por ineficiencias del sistema se ha de huir del proteccionismo, aunque se necesitan reglas eficaces que hagan funcionar el sistema, evitando los errores del pasado".*


Emilio Cobo por parte de CC.OO.


Miguel Ángel Cilleros reresentó a UGT

"Desde la CEOE -añadió Díaz Ferrán- *estamos inmersos en el diálogo social con la intención de buscar los mayores consensos posibles en la negociación colectiva y en la modernización del mercado de trabajo, que permitan el desarrollo de las empresas en una economía de libre mercado que nos proporcionen la mayor prosperidad y bienestar, así como una mayor creación de riqueza y empleo, a través de la responsabilidad empresarial, la transparencia y la competencia leal".*

El acto, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Madrid, estuvo patrocinado por Abertis Logística e Inbisa Logística. En esta ocasión acudieron a este evento alrededor de 400 profesionales, directivos y agentes sociales.


"Se necesitan reglas eficaces que hagan funcionar el sistema, evitando los errores del pasado".

Gerardo Díaz Ferrán, presidente de la CEOE

Nacex patrocina el espíritu deportivo



La popular compañía de transporte urgente de paquetería y documentación de Grupo Logista, celebró la botadura del nuevo velero J80 recientemente en el Real Club Nautico de Barcelona, en compañía de los miembros del equipo de regatas, franquiciados, medios de comunicación y personalidades del Club, entre otros.

Durante los 5 años consecutivos en que Nacex ha depositado su confianza, el equipo ha quedado entre los primeros puestos de las competiciones más prestigiosas de las categoría First Class 8. Este año, el equipo de regatas Nacex, capitaneado por Agustí Altadill, competirá en los campeonatos más importantes de la nueva categoría, en la que compiten más de 150 embarcaciones en España, y que cuenta con los tripulantes de más alto nivel, en la que se incluyen profesionales y regatistas olímpicos.

El acto tuvo como momento culminante el baño de cava con el que Agustí Altadill, junto con la madrina de la embarcación, la regatista olímpica Mónica Azón, dieron por la botadura del nuevo velero J80, una embarcación con unas características técnicas que le confieren una gran rapidez combinada con una fácil maniobrabilidad.

Asimismo, el acto contó con los discursos de agradecimiento de Agustí Altadill, y del presidente del Real Club Nautico, Joaquín Barenys, quienes resaltaron la importancia del patrocinio de Nacex para la consecución de los éxitos que sigue cosechando el equipo.



Manel Orihuela, subdirector general de Nacex y Pere Alcober, presidente del Comité Ejecutivo de Barcelona 2010

Por otro lado, se acaba de firmar un contrato de patrocinio entre Nacex y la organización de Barcelona 2010. El acto ha tenido lugar en el Estadi Olímpic de Montjuïc, donde Pere Alcober, presidente del Comité Ejecutivo de Barcelona 2010, y Manel Orihuela, subdirector general de Nacex, han formalizado el acuerdo. Ambos directivos han destacado la política de responsabilidad social en el deporte y que el Atletismo es un deporte con muchas similitudes con Nacex donde se busca la mejora continua y el éxito, que son los valores que se intentan difundir.

Estos patrocinios se engloban dentro de la estrategia de responsabilidad empresarial que Nacex lleva a cabo este año, en el que se hace especial hincapié en el apoyo al deporte.

Este campeonato europeo es el que más tradición tiene en Atletismo, ya que se viene celebrando desde 1934, y se espera la participación de más de los 1.300 atletas de 50 naciones, más de 1.000 periodistas, 3.000 voluntarios, un millón de espectadores entre las pruebas del centro de la ciudad y las del estadio y más de 400 millones de telespectadores en todo el mundo.

www.nacex.es

Todo listo para la 9ª edición del Foro Pilot 2009

En esta ocasión ofrece experiencias de éxito de empresas que, mejorando la relación con clientes y proveedores, consiguen crecer en sus mercados. Referentes de la venta directa al consumidor, centrales de compras, utilización de las nuevas tecnologías, integración a nivel internacional, oportunidades logísticas, fenómenos del low cost, gestión de la innovación y previsiones del futuro de la supply chain serán las claves que se expondrán en el mayor foro de debate de la competitividad en España, según informan, con una previsión de más de 1.200 asistentes de toda España y del extranjero.

El Pilot 2009 es una cita con herramientas para la mejora en la gestión, la optimización de procesos, tratando de buscar, más que nunca, la competitividad. Se expondrán ponencias de empresas de la venta directa al consumidor, centrales de compras, utilización de las nuevas tecnologías, integración a nivel internacional, oportunidades logísticas, fenómenos del low cost, gestión de la innovación y previsiones del futuro de la supply chain.

Las ponencias son un lujo: Luís Atienza, presidente de Red Eléctrica de España, dos referentes de la logística en Europa, las multinacionales Arc y Procter&Gamble, y cuatro experiencias de éxito en competitividad (Caladero -Gran logística, Euronics -Centrales de Compras, Natus - Optimización de la cadena de suministro y Qualimax International - Venta a distancia).

Además se cuenta con la presencia de Primark, la experiencia de Cosentino, con su marca Silestone, y la exposición del GCI 2016: Nuevos modelos logísticos para el futuro.

Finalmente, dos exposiciones magistrales, una de negociación, con el Embajador director de la Escuela Diplomática, y la de una de las personalidades referentes en la innovación en España, Eduardo Punset, que disertará sobre el reto de la Innovación.

IX FORO INTERNACIONAL
PILOT
Oportunidades para la competitividad

www.iaf.es
www.programaempresa.com

Megatrend: superficies de alto brillo



Friz presentará en Ligna innovaciones para laminados de alto brillo y soluciones para prefabricados. Esta empresa del grupo Homag, con sede en Weinsberg especializada en la tecnología de laminación, ha desarrollado una extensa labor en este campo.

Las superficies de alto brillo cualitativamente perfectas sólo pueden ser fabricadas mediante una compleja interrelación entre la tecnología del folio decorativo, la de aplicación del adhesivo y la del abrasivo, con un sistema que las fusione.

En la "HOMAG-City" de Hannover (en el pabellón 26), Friz presenta este año, entre otras cosas, la Profiline PUM 310; una máquina para la laminación en 2D (de superficie y el borde) de elementos de mobiliario en continuo. Asimismo, en Ligna se estrenará en el mercado la FKW, una máquina de laminación de piezas de muebles en alto brillo.

Asimismo, Friz probará su competencia en la construcción de unidades prefabricadas a través de 2 sistemas: FKP 100 realiza la laminación en 2D (de superficie y el borde) de las hojas de puerta. Optimat PUM 120, para marcos de puertas, dotada de una innovadora tecnología de aplicación del adhesivo, está equipada con un almacén de laminados de alto brillo, también se estrena en Hannover.

www.homag.com www.ligna.de

Filda 2009 convoca al sector logístico en Portugal



La feria de oportunidades de negocio e inversiones para los sectores de logística, industria y transportes, Filda 2009, tendrá lugar del 14 al 17 de mayo en Vendas Novas, Alentejo, Portugal, el punto de unión de importantes infraestructuras, entre las cuales se destacan la red viaria, ferroviaria y, en el futuro, el tren de alta velocidad y el nuevo aeropuerto de Lisboa.

El evento es una iniciativa promovida por el Ayuntamiento de Vendas Novas y permite descubrir las posibilidades de la región del Alentejo y su desarrollo económico y social, la creación de empresas y el empleo y la cooperación regional, nacional e internacional.

www.filda.com.pt

Nuevo centro internacional de I+D+i de Unit 4 Agresso

El conocido grupo internacional especializado software de gestión empresarial fortalece sus capacidades de I+D+i con la creación de un nuevo centro internacional en la ciudad de Granada, que aporta un importante avance en términos de coste y de reducción de tiempo en la puesta de sus soluciones en el mercado. Este centro se une a los ya existentes de la compañía en Noruega, Reino Unido y España (Barcelona).

Esta decisión demuestra la fuerte confianza del grupo en el potencial tecnológico y humano de su filial española CCS Agresso, incorporándola en el desarrollo de dos productos internacionales: Agresso Business World, software ERP líder mundial en el mercado de medianas y grandes empresas, y Coda2Go, software financiero en modalidad “pago por uso” y con todo el conocimiento del líder mundial en soluciones financieras Coda

De acuerdo con José Miguel Sánchez, consejero delegado de CCS Agresso, “*con una inversión prevista de 25.000.000 € en los próximos 5 años, se creará una plantilla en España de 200 ingenieros cualificados. A lo largo de este año se incorporarán 50 al nuevo centro de Granada. En los siguientes se hará lo propio con los otros 150, aunque está pendiente de decisión si su incorporación será a este centro o al de Barcelona*”.

Sólo un 10% de las incorporaciones provendrá de la plantilla actual de CCS Agresso, lo que la convierte en una de las empresas más importantes en términos de generación de empleo de alta cualificación. Actualmente emplea a más de 600 personas, y es líder en España en la fabricación de software para empresas, administraciones públicas y sanidad.

www.ccsagresso.com



ToolsGroup, partner de Deroma

La empresa italiana Deroma está especializada en la creación, producción y comercialización de todo tipo de jarrones para plantas tanto de uso indoor como outdoor. La compañía ha elegido a ToolsGroup para la implantación de los nuevos procesos avanzados de Sales, Inventory & Operation Planning (SIOP).



Service Optimizer 99+, el sistema de planificación elegido por Deroma, permite gestionar el proceso de la Planificación de la demanda, del inventario y del reaprovisionamiento con el objetivo de proporcionar al mercado el nivel de servicio deseado teniendo en cuenta las restricciones de producción y de aprovisionamiento.

Deroma Group, con sede en Malo (provincia de Vicenza) tiene sus orígenes en 1955. Cuenta con casi 2000 empleados y 5 plantas de producción ubicadas en Italia, Estados Unidos y China. Los productos, distribuidos por 6 oficinas comerciales en Europa (Italia, Francia, España, Reino Unido), Estados Unidos y China, se dirigen a los canales de jardinería, bricolaje y gran distribución (general y especializada).

www.toolsgroup.com
www.deroma.com

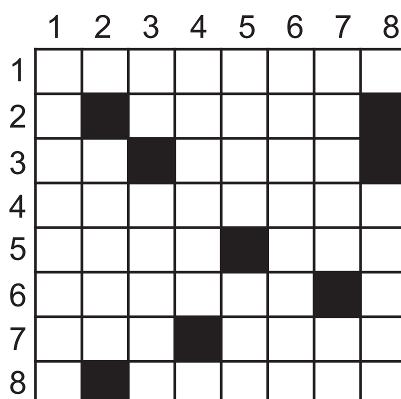
Crucigrama

Horizontales:

1).- Fraude, estafa. 2).- Energía, en física. Lengüetear. 3).- Siglas de servicio público. Por poco. 4).- Ansían 5).- Continente. El mayor foro de naciones. 6).- Famoso mago. Cincuenta en la numeración romana. 7).- Al revés, gran serpiente constrictora. Piel de cordero o cabra curtida y trabajada para hacer prendas de abrigo. 8).- Radio. Tugurios.

Verticales:

1).- Quitar las escamas a los peces. 2).- Este. Tomo. 3).- Sociedad limitada. Al revés, destapad. 4).- Relativo al rostro. Norte. 5).- Al revés catre. Siglas del Instituto Nacional de Toxicología y Ciencias Forenses. 6).- Perjudicar, herir. 7).- Amamantan. Rio del norte de Italia. 8).- Oxígeno. Invalidadas.



Solución al crucigrama del número anterior

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	H	E	R	O	E	■	B	A
2	■	T	I	C	■	S	O	D
3	S	■	O	R	B	I	T	O
4	I	S	■	E	O	L	O	S
5	L	O	S	■	L	O	N	A
6	A	S	A	S	■	S	E	R
7	B	A	N	A	L	■	R	A
8	A	V	A	L	A	D	A	S

Edita: Netchallenge Consulting S.L.
C/ Puig i Cadafalch nº 11, 3º-2ª. 08035 Barcelona **Tel** 934281973
Director Editor: Lino Hernández **Director Técnico**: Carmelo Pérez
Redacción: redaccion@mercadoindustrial.biz
Administración: info@mercadoindustrial.biz
Publicidad: publicidad@mercadoindustrial.biz
D.L. Internet B-20885-2006 **ISSN** 1886-2330
Difusión internet: Promedio de 3000 descargas anuales por número.